



Esej iz predmeta “Medijska kultura”

Tema: Manipulacija kao sastavni dio djelovanja u bosanskohercegovačkim i globalnim okvirima

Podaci o studentici:

Danira Čelam

Komunikologija/Žurnalistika

1039/II-K, R

Predmetni profesor/ica:

Prof.dr. Fahira Fejzić-Čengić

Sarajevo, april 2021. godine

Sažetak

U ovom eseju obrađuje se jedna veoma kompleksna tema, o kojoj je potrebno da znamo što više kako bismo joj se uspjeli oduprijeti, a riječ je o manipulaciji. Manipulacija je postupak podčinjavanja pojedinca, društvenih skupina, medija, javnosti i drugih subjekata u svrhu vlastitih interesa, te kako bi se ostvario određeni cilj. Hijerarhija u mnogo čemu utječe na samu moć manipulacije, odnosno ubjeđivanje zavisi od položaja u društvu, dostupnosti informacija i tehničkih sredstava za masovno ubjeđivanje. Pojedinaac ili određene društvene grupe se manipulišu putem grube fizičke moći ili prinude, naređivanjem i društvenim normama. Obradene su i glavne prednosti manipulacije nad oblicima ponašanja, najefikasnije strategije pomoću kojih se manipuliše, kako se manipuliše medijima te kako mediji manipulišu, i kako su države kroz historiju pomoću medija manipulirale javnošću. Mediji predstavljaju četvrti stub vlasti, i kao takvi predstavljaju instituciju bez kojih ne možemo analizirati savremeno društvo. Ono što je bitno naglasiti jeste činjenica da mediji funkcionišu kao posrednici između institucija vlasti i javnosti, i kao takvi imaju ogroman utjecaj na konstruisanje svijesti.

Ključne riječi: manipulacija, propaganda, manipulacija medija, uvjeravanje, manipulator

Abstract

This essay deals with a very complex topic, about which we need to know as much as possible in order to be able to resist it, and that is manipulation. Manipulation is the process of subordinating an individual, social groups, the media, the public and other entities for the purpose of their own interests, and in order to achieve a certain goal. Hierarchy in many ways affects the very power of manipulation, ie persuasion depends on the position in society, the availability of information and technical means for mass persuasion. An individual or certain social groups are manipulated through gross physical power or coercion, order and social norms. The main advantages of manipulation over forms of behavior, the most effective strategies by which they are manipulated, how the media is manipulated and how the media manipulates, and how states have historically manipulated the public throughout the media, are also discussed. The media represent

the fourth pillar of government, and as such they represent an institution without which we cannot analyze modern society. What is important to emphasize is the fact that the media function as intermediaries between government institutions and the public, and as such have a huge impact on constructing awareness.

Keywords: manipulation, propaganda, manipulation of the media, persuasion, manipulator

Uvod

Od početka svijeta, ljudi na određeni način manipulišu jedni drugima. U 21. stoljeću, svi manipulišemo, svi smo izmanipulisani i svi hoćemo da drugi prihvate naše stavove. Manipulacija je tehnika koja se često koristi kada želimo ostvariti svoje ciljeve. Naprimjer, naučnici često manipuliraju varijable da bi mogli riješiti probleme ili ostvariti željene rezultate, pravnici manipuliraju pravo u korist na njihovu stranu da bi pobijedili suprotnu stranu i kako bi pomogli u oslobađanju optuženog, pa čak i kuhari manipulišu sa receptima kako bi stvorili neke nove okuse.

“Cilj manipulacije, posebno u političkom diskursu, problematičniji je nego manipulacija sama, zato što političari mogu sakriti ono negativno pomoću specifičnih jezičnih formulacija, tako da običan čovjek teže uočava ili uopće ne vidi strahote koje se pred njim nalaze.“ (Wilson 2003: 400).

Prema svemu navedenom, manipulacija predstavlja opasno oružje kojima se koriste svjetski moćnici kako bi plasirali svoje stavove, svoja uvjerenja i svoja mišljenja, smatrajući samo njih ispravnim, i u krajnjem slučaju, smatrajući javnost nekompetentnu za stvaranje vlastitog mišljenja.

Razrada

Definicija manipulacije

Pojam “manipulacija“ potiče od latinske riječi “manus“, što znači ruka. U tom kontekstu, manipulacija se obično koristi da izrazi vješto i stručno rukovanje nekim predmetom ili upravljanje mašinom. Svako dodirivanje ili prevlačenje rukom smatra se vrstom manipulacije. Kasnije, termin manipulacija dobija još jedno značenje koje je danas jako rasprostranjeno. Manipulacija je postupak podčinjavanja pojedinca, društvenih skupina, medija, javnosti i drugih subjekata u svrhu vlastitih interesa, te kako bi se ostvario određeni cilj.

“Manipulacija se može odrediti kao smišljen, sistematski i kontrolisan postupak ili skup postupaka pomoću kojih manipulator, koristeći simbolička sredstva, u za njega pogodnim psihosocijalnim uslovima, odašilje u masu preko sredstava komunikacije određene poruke, s

namjerom da utječe na uvjerenja, stavove i ponašanje velikog broja ljudi, tako da bi se oni, u stvarima o kojima ne postoji opšta saglasnost, a za koje su životno zainteresirani, usmjerili prema ubjeđenju, stavovima i vrijednostima manipulatora, a da toga nisu svjesni.“ (Šušnjić, 2008:42)

Hijerarhija u mnogo čemu utječe na samu moć manipulacije, odnosno ubjeđivanje zavisi od položaja u društvu, dostupnosti informacija i tehničkih sredstava za masovno ubjeđivanje.

Pojedinac ili određene društvene grupe se manipulišu putem grube fizičke moći ili prinude, naređivanjem i društvenim normama. Đuro Sušnjić u svome djelu „Ribari ljudskih duša” navodi glavne prednosti manipulacije nad navedenim metodama kontrole ponašanja:

- manipulacija je bezbolno ubjeđivanje koga ljudi obično nisu svjesni;
- zasniva se na naučnom poznavanju čovjeka;
- proširuje dimenzije moći (mas medija);
- ogromna je zavisnost pojedinaca od moćnih organizacija i institucija koje imaju monopol nad informacijama;
- podjela rada i specijalizacija funkcija ograničavaju ljude da steknu cjelovitu sliku o dešavanjima u njihovoj okolini, pa tu sliku stiču putem masovnih medija;
- manipulacija nije institucionalizovan oblik moći, pa onaj koji je upotrebljava ne mora da kaže ni kada ni kako, njegove stvarne namjere ostaju prikrivene.

Američki filozof, politički aktivista i lingvista Noam Čomski je u svom djelu “Tiha oružja za tihi rat” naveo deset najčešćih i najefikasnijih strategija za manipulaciju putem medija. To su:

- Preusmjeravanje pažnje – cilj je distrakcija ili ometanje kako bi se odvratila pažnja javnosti od važnih pitanja plasirajući beznačajne informacije. Zbog ovakvih nebitnih informacija ljudi ne razmišljaju, te samim tim ne mogu da razumiju svijet;
- Metoda “problem-reakcija-rješenje – stvaranje problema, situacije koja izaziva reakcije u javnosti, nakon čega se nude rješenja kojima bi se inače javnost protivila;
- Strategija postupnosti promjena - tjeranje javnosti da prihvati neprihvatljivo, tj. primijeniti postupno prihvatanje promjena;
- Strategija odlaganja - još jedan način prihvatanja nepopularnih odluka jeste njihovo predstavljanje kao “bolnih i nužnih”, kako bi se zadobila saglasnost javnosti za buduće

promjene. To daje javnosti više vremena da se navikne na ideju promjene i da je na kraju prihvati;

- Upotreba dječijeg jezika - Većina reklama usmjerenih na širu javnost koristi govor, argumente, likove i naročito dječije intonacije, kao da se obraćaju maloj djeci ili mentalno nedovoljno razvijenim osobama, kako bi što više zbunili gledaoce;
- Korištenje emocija - klasična tehnika koja se koristi za izazivanje “kratkog spoja” u procesu razumnog prosuđivanja. Upotreba emocija omogućava pristup nesvjesnom za implementaciju i prihvatanje ideja, želja, briga, bojazni ili prinuda, ili modifikovanje određenih ponašanja;
- Držati javnost u neznanju i prosječnosti - Učiniti javnost nesposobnom da razumije tehnologije i metode koje se koriste za njihovu kontrolu i porobljavanje;
- Zadovoljavanje prosječnošću - plasiranje stava u javnosti da je moderno i poželjno biti glup, vulgaran, neobrazovan i sl.;
- Stvaranje osjećaja krivice - usmjeravanje pojedinca da vjeruje kako je on jedini krivac za vlastitu nesreću, zbog svoje nesposobnosti i neinteligencije;
- Upoznavanje pojedinca bolje nego što on poznaje samog sebe - sistem posjeduje više kontrole i ima veću moć nad pojedincem nego što pojedinac ima nad samim sobom.

Ono što je bitno kod manipulatora jeste “stav vođe”. To primarno znači da on sebe prikazuje kao osobu koja ima hrabrost da preuzme veliku odgovornost, pri čemu ostale oslobađa te odgovornosti, ali samo onda kada rade ono što on želi.

Manipulacija medija

Mediji predstavljaju četvrti stub vlasti, i kao takvi predstavljaju instituciju bez kojih ne možemo analizirati savremeno društvo. Ono što je bitno naglasiti jeste činjenica da mediji funkcionišu kao posrednici između institucija vlasti i javnosti, i kao takvi imaju ogroman utjecaj na konstruisanje svijesti. Naprimjer, analizirajući jezik novina iz perspektive kritičke lingvistike, Roger Fowler (1991) pokazao je, kao i neki istraživači prije njega, da masovni mediji oblikuju sliku svijeta, odnosno društvenu stvarnost.

Neka sredstva manipulacije su:

- Lažna vijest - medijski izvještaj koji u sebi sadrži nedvosmisleno pogrešne tvrdnje, odnosno informacije koje ne odgovaraju činjenicama;
- Klikbejt je senzacionalistički naslov koji pogrešno predstavlja članak ili videoprilog koji najavljuje, sa ciljem da privuče čitatelje/ke da kliknu na takav link, iako sam sadržaj članka ne mora biti nužno netačan;
- Teorije zavjere - izmišljanje zavjera tamo gdje ih, zapravo, nema i podrazumijeva medijske izvještaje koji iznose tvrdnje o postojanju takvog djelovanja, ali za to ne pružaju kredibilne dokaze.
- Pristrasno izvještavanje - medijski izvještaji čija osnovna namjera nije da prenesu određenu informaciju, već da određenu osobu, grupu ili instituciju predstave u pozitivnom ili negativnom svjetlu.

Ubrzani razvoj tehnologije u posljednjih 20 godina olakšao je medijima prosljeđivanje svih vrsta informacija putem blogova, web stranica, Facebooka, Twittera i između ostalog televizije. Objavljeni podaci mogu odražavati istinu, neku djelomičnu istinu ili potpune dezinformacije u odnosu na određenu kritičnu temu proučavanja ili istraživanja. Za svrhu ovog rada, kao primjer ćemo uzeti političke figure i subjekte u svijetu i Bosni i Hercegovini, te njihovo iskorištavanje medija kako bi manipulirali javnošću, iako se mnogi primjeri manipulacije mogu pronaći i u drugim sferama života, a ne samo politici. Oni koriste propagandu¹ kao glavni izvor manipulacije i kontrolisanja javnosti.

SAD

Sjedinjene Američke države poznate su kao kolijevka manipulacije, s obzirom da državni vrh svakodnevno koristi istu kako bi nametnuo svoje stavove, a i zamaskirao ono što američka javnost možda ne bi prihvatila u najboljem svjetlu. Medijski propusti, iskrivljavanje istine, nepreciznost i pristranost u SAD priznaju mnogi izvan SAD, a i unutar države. Međutim, ti su

¹ Propaganda predstavlja poseban način prikazivanja poruka kojim se izravno utječe na stavove ili ponašanje većega broja ljudi. Pretežno se upotrebljava u političkom životu kao nastojanje da se javnost pridobije za određeni politički svjetonazor, program ili stranku.

problemi prosječnom američkom građaninu jako otežali steći otvoren, objektivan pogled na mnoga pitanja koja uključuju Sjedinjene Države.

Noam Čomski u svojoj knjizi “Kontrola medija – spektakularna dostignuća propagande” navodi za primjer ponašanje državnog vrha nakon Vijetnamskog rata. Poslije ovog sukoba Amerikanci su uložili velike napore kako bi se rekonstruisala historija, zato što je javnost počela shvatati šta se dešava. Bilo je neophodno izmijeniti te loše misli i plasirati stav da je šta god vlast uradi, plemenito i ispravno.

“Ako bombardujemo Južni Vijetnam, to je zbog toga što ga branimo od nekoga, naime, od južnih Vijetnamaca, pošto nikog drugog tamo nema. To je ono što su Kenedijevi intelektualci nazvali odbranom od “međunarodne agresije” u Južnom Vijetnamu...” (Čomski, 2009:29).

Njemački Reich – Hitler

Odmah nakon nominiranja Hitlera za Reichovog kancelara u januaru 1933. godine, nacistički je režim počeo sistemski usmjeravati cijelu njemačku medijsku i kulturnu industriju pod vodstvom ministra propagande Josepha Goebbelsa. Poznate antisemitske i rasističke nacističke novine uključivale su Der Stürmer (Napadač) i Der Angriff (Napad). Radio i film uživali su posebnu potporu države tijekom diktature. Volksempfänger (Narodni prijemnik), kojim su se Hitler, Goebbels i drugi visoki stranački funkcioneri redovito obraćali njemačkoj javnosti, na tržište je uveden od 1933. godine. Nacionalizacija filmske produkcije svoj je zaključak dosegla 1942. spajanjem preostale produkcije tvrtke za osnivanje UFA-Film GmbH. Uz ideološke propagandne filmove, brojni naporno proizvedeni zabavni filmovi posebno su naručeni kako bi odvratili njemački narod u ratno doba.

Budući da je nacistička stranka imala kontrolu nad tim medijima, to je značilo da mogu slati sve poruke i ideje koje žele. Princip svođenja složenih društvenih problema na jednostavno pitanje jednog zajedničkog neprijatelja koji se mora uništiti pokazao se učinkovitim u prikupljanju podrške. Propaganda je širila ideju da je borba i umiranje za Njemačku u ratu protiv njihovog “zajedničkog” neprijatelja bila važna. Slika neprijatelja bila je od presudne važnosti za filmsku propagandu u Trećem Reichu, jer je neprijatelj zapravo bio žrtveni jarac za njemačko društvo i razlog za širenje njihovih granica.

Bosna i Hercegovina

Podjelom države Bosne i Hercegovine početkom 1992. godine dolazi i do veće diferencijacije medijskog prostora. U studiji pod nazivom “Međunarodna zajednica i medijska reforma u BiH” Zoran Udovčić ističe da su na bosanskohercegovačkoj medijskoj sceni od 1995. do 2002. mediji prošli kroz nekoliko faza:

1. Neposredno postratni period - mediji i nakon prestanka vojnih sukoba ostaju u verbalnom ratu. Na državnim medijima prisutan je govor mržnje, novonastali nezavisni mediji teško se održavaju a međunarodne organizacije nisu djelotvorni u nadgledanju medija;
2. Osnivanje mnoštva lokalnih medija počinje uoči postratnih izbora u jesen 1996. godine. Ovu fazu karakteriše nastanak velikog broja medija koji se osnivaju pomoću inostranih donatora, tako da lokalne vlasti nisu imali utjecaja na njih.
3. Transformacija državnih radio i TV stanica u javne servise - proces je otvoren 1998. i predviđeno je da u BiH rade jedna državna i dvije entitetske televizije.

Mediji u BiH najčešće se koriste kao političko oružje. Tako se stvaraju razni stranački mediji koji prenose stranačku propagandu. Za primjer možemo uzeti izbore, bilo lokalne ili opće i nažalost, većinu bosanskohercegovačkih medija koji učestvuju u širenju vijesti koje su vezane za političke kandidate i stranke.

Posebnu „bombu“ manipulacije bh. javnost doživjela je u pandemiji koronavirusa, koja još uvijek traje. Od početka pandemijske situacije u medijima se mogu naći različite informacije o broju zaraženih, preminulih, kao i razne teorije zavjere koje zbunjuju javnost, dezinformacije i slično.

Zaključak

Manipulacija je, kao što vidimo iz svega navedenog, moćan alat za ostvarivanje svojih ciljeva, te nametanje ličnih stavova i uvjerenja. Mediji bi, po svojoj definiciji, trebali biti politički neutralni, u neku ruku čak i apolitični, a njihov utjecaj na javnost trebao bi se zasnivati na sadržaju koji prenose. Međutim, u stvarnosti to baš i nije tako. Svjesni smo činjenice da su mediji sredstvo pomoću koga se manipuliše javnošću. Kako kaže autor Noam Čomski, ako se ljudi mogu kontrolisati uz primjenu sile, onda nije toliko važno kontrolisati šta oni misle i osjećaju, ali ako se izgubi sposobnost da se ljudi kontrolišu silom, postaje neophodno da se kontrolišu njihovi stavovi

i mišljenja. Prilikom dubljeg istraživanja o ovoj temi, shvatila sam da je jedini način za borbu protiv manipulacije i medijske manipulacije opismenjavanje ljudi kroz medijsku pismenost. Tada bi javnost mogla kritički razmišljati, stvarati svoje mišljenje o određenoj društvenoj temi te spoznati kako funkcionišu mediji. Kada je riječ o Bosni i Hercegovini, uzimajući u obzir društvene, ekonomske i tehnološke karakteristike bh. društva, našim medijima će biti posebno teško odgovoriti brojnim izazovima s kojima se profesija suočava, a posebno u uslovima globalnih medijskih promjena i njihovim shvatanjem u našim uslovima. Ali upravo je to razlog da se odupremo manipulaciji, da sami razmišljamo te da odbranimo medijsku profesiju. Na nama građanima je da selektiramo medije koji ispravno obavljaju svoj posao, a da odbacimo one koji na neki način kvare i sve ostale.

Literatura

- Čomski, Noam (2009): KONTROLA MEDIJA – SPEKTAKULARNA DOSTIGNUĆA PROPAGANDE, Novi Sad, Rubikon; Beoknjiga, Beograd
- Čomski, Noam (2006): MEDIJI, PROPAGANDA I SISTEM, Zagreb, Što čitaš?
- Šušnjić, Đuro (2008): RIBARI LJUDSKIH DUŠA, Beograd, Ćigoja
- Udovčić, Zoran (2000): MEĐUNARODNA ZAJEDNICA I MEDIJSKA REFORMA U BiH, Sarajevo, Media Centar

Internetski linkovi:

Autor pod pseudonimom, NOAM ČOMSKI: 10 STRATEGIJA MEDIJSKE MANIPULACIJE, <https://fenomeni.me/noam-comski-10-strategija-medijskemanipulacije/>, pristupili 08.04.2021. godine

Anup Shah, „Media in the United States”, <https://www.globalissues.org/article/163/media-in-the-united-states>, pristupili 09.04.2021. godine

Sarah Scott, “Propaganda in Mass Media: The Effect on Nazi Germany”, <https://sarahscott.home.blog/2020/03/03/propaganda-in-mass-media-the-effect-on-nazigermany/>, pristupili 09.04.2021. godine

Rakrinkavanje, “Koji sve oblici medijskih manipulacija postoje?”, <https://medijskapismenost.raskrinkavanje.ba/oblici-manipulacija-i-kome-se-obratiti-akoih-uocite/koji-sve-oblici-medijskih-manipulacija-postoje/>, pristupili 09.04.2021. godine